

Summarized by © lakhasly.com

القصيرة عبر الجوال التي ترسمها شركات الياتف المحمول أو النصائح المرورية التي تقدمها المنظمات في أثناء أسبوع المرور العربي . سادساً - أنواع الإعلانات بحسب الدوافع التي يهدف الإعلان إلى إثارتها(5): تنقسم الإعلانات بحسب الدوافع التي تسعى إلى إثارتها إلى 1 - :إعلانات الدوافع الأولية: بي الإعلانات التي تهدف إلى حث المستمك عمى شراء واستخدام منتج معين بصرف النظر عن عالميتها التجارية3- ، إعلانات خاصة بإثارة دوافع التعامل: بي الإعلانات التي تهدف إلى التعريف بالمؤسسات أو المنظمات وتكوين اتجاهات ايجابية نحوها مما يدفع الغير لمتعامل معها والوالء ليا ولمنتجاتها(.ووفق هذا المعيار لدينا نوعين من الإعلانات تحت هذا الأنواع1 - :إعلان الاستجابة المباشرة: ويتم ذلك لمحصل عمى استجابة فورية من الزبائن ، بعد تمقيو الإعلان ليس بيدف شراء المنتج أو تبني الخدمة لكن بيدف رسم صورة إيجابية لهذه العالمة التجارية أو المنتج أو الخدمة في ذنبو .تاسعاً - أنواع الإعلانات بحسب دورة حياة المنتج: يمر المنتج سواء كان سمع أو خدمات بثالث مراحل إعالنيو تتميز كل منيا بخصائص معينو وترتبط بدورة حياتو أو المراحل التسويقية التي يمر بها هذا المنتج وقد حددت هذه المراحل الإعالنية فيما يمي1 - :مرحلة الارتياذ: أي مرحلة دخول المنتج إلى السوق أول مره وبدف الإعلان فيها يتركز في خفق الطمب عمى المنتج وذلك عن طريق التأكيد عمى ما يمكن أن يشبعو من حاجات لدى المستمكين .وفي التطبيق العممي ألدإعلانات تخدم دورة حياة السمع والخدمات من هذا النوع يجب أخذ عدة أمور بعين الاعتبار هي:أ- عدم وجود حدود فاصمة بين كل مرحلة وأخرى ألنيا تتداخل فيما بينيا في مجال التطبيق العممي عاش ار- أنواع الإعلان ات بحسب الوسيمة الإعالنية(8) :ليست وسائل الإعلان قيمة العدد . في هذه الأيام وربما تكون مباشرة أو غير المستخدمة من قبل المعين مباشرة ، وتشير الطرق المباشرة لإعلان إلى تمك الأنظمة والتي يتمكن عن طريقيا من تكوين اتصال مباشر مع الجية المحتمة معتمداً عمى ستأجرة لنشر المعمومات ، وتتوقف فاعمية وكفاءة الإعلان عمى اختيار الوسيمة وكالة م الإعالنية المناسبة لنشر الإعلانات التي يمكن عن طريقيا وصول الإعلان إلى الجمهور المستيدف بأقل تكلفة ، ودوريات النشر واليا فطات والممصقات والمطويات (الكتموغات) والكتيبات والإعلانات التي ترسل بالبريد والمنشورات2- ، إعلانات الوسائل المسموعة: وتتمثل في إعلانات الراديو وإعلانات العربات التي تستخدم مكبرات الصوت ، إذ يععب الصوت دو أر بالغ الألمية في التأثير عمى المتمقي بما يحمل من خصوصيات في التنعيم والنبر والجير واليمس ، وتصحب الكممة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزيدا طاقة كبرى عمى الإلحاء والوسم والتخيل3- ، إعلانات الوسائل المرئية: وي جميع الرسائل الإعالنية التي يتم توصيميا عبر حاسة البصر عدا المقروءة مثل الموحات والتمفزيون والدعايات ورسائل الوسائط4- . إعلانات الوسائل الإلكترونية: وي الإعلانات التي تصل إلى الجمهور عبر الشاشات الطرقية ورسائل الجوال القصيرة ، كدلل مددن تمددك الرسدائل الإعالنيدة المختفدة تتطمددب إمكانيددات فنيده وأسداليب فدي التحريدر وإلخدرج الإعالندي تختمدف عدن غيريدا مدن الوسدائل ، من ناحية أخرى فدان لكذل مدن تمددك الوسدائل الإعالنيده قديرة وفعاليده محدده تتفدق مدع بعددض أندواع الإعدالن دون .http://www-9 ولكن ينبغي أن نؤكد نقطة م يمة بي أن تمك الأنواع من الإعلان ليست منفصمة عن بعضيا تمام الانفصال بل قد يتمثل في إعلان معين أكثر من نوع واحد،